新媒体对传统媒体的冲击

——以网络媒体为例

摘　要：随着科学技术的进步，各行各业迎来了事业发展的春天。作为科学技术发展的产物，悄悄改变着我们的生活。网络是传媒领域的一分子，互联网（又称国际网络）始于1969年，美国的阿帕网是其雏形，是网络与网络之间所串连成的庞大网络。互联网的普及促进了新媒体的诞生，对电视台、电台、报纸等传统媒介发起了挑战，传统媒介的主体地位正逐渐被新媒体所取代。作为新的传播载体，网络媒体从出现之日起，便表现出超乎想象的领导力和影响力，成为舆论导向的主导。网络媒体功能随信息技术的发展越发强大，覆盖日常生活的各个角落，在人们的脑海中根深蒂固。本文笔者从个人观点出发，深度诠释当代新媒体的含义，以网络媒体为代表分析新媒体对传统媒体带来的冲击，并提出相应的解决方法，力求为传统媒体的转型提供参考意见。

关键词：新媒体；传统媒体；网络媒体；冲击 ；传播载体
中图分类号：G206　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）06-083-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.06.023

文 / 吴双

据不完全统计，截至目前，电视的收视率比以往下降了35%~40%，广播收听率下降25%~30%，除企事业单位、机关外，报纸的订阅率不足5%。造成观众大量流失的原因不是公众对新闻娱乐的兴趣降低，而是被新媒体吸引，公众正不断拓宽接收信息的渠道。在新媒体背景下，微信、朋友圈、微博等载体不断刷新人们的眼球。公众可以通过手机、电脑等网络终端掌握第一手新闻信息，二十四小时参与社会经济、国家政治生活并在相关平台表达自身诉求，这是传统媒介所不具备的功能。在传统媒介中，公众只是新闻信息的接受者，在新媒介中，公众是新闻信息的参与者。新媒介使公众的主体地位得到体现，这是新媒体对传统媒体造成的最大冲击，对公众的吸引力空前。目前，新媒体已成为人们日常生活的一部分，传统媒体想要寻求突破，重新赢回公众，就要从自身出发，转变经营理念，与时俱进，追赶、超越新媒体的发展步伐。

1. 新媒体的含义及特点

1.1 新媒体的含义

新媒体代表的是一种环境，万物皆媒的环境。新媒体也可以称为数字化新媒体，它的概念广泛，它以数字技术和网络技术为主要手段，将无线通信网、卫星、互联网、宽带局域网等作为传播渠道，以手机、电脑、数字电视机等终端作为平台，为公众提供新闻资讯和娱乐服务。

新媒体是一种全新的媒体形态，它以新的技术为支撑点，表现形式千变万化，我们熟知的数字报纸（广播、杂志）、短信、彩信、网络、大屏幕、车载电视、触摸媒体等都属新媒体的范畴。传统意义上，我们将广播、报刊、户外、电视列为主要媒体，新媒体是超出我们认知的第五媒体。

1.2 新媒体的特点

新媒体的主要特点是新，理念创新、形式创新、技术创新。其中，理念创新占主导地位，其他都为之服务。生活中对新媒体的定义有很多，帮助其实现的介质也包罗万象，网络媒体、手机媒体、互动电视等都涵盖其中。发展快、变化多是新媒体的典型特点，这也使它的内涵和外延、边界与范畴难以界定。新媒体概念界定的混乱，表明我们对新媒体的研究还处于初级阶段，还不够成熟。目前还没有对新媒体含义的统一确定，但不必过多纠结，站在务实角度，我们认为，新媒体具有“价值高、原创性强、效应广泛、生命力旺”的优势。若以传播维度和技术维度为区分标准，可将新媒体划分为移动媒体和网络媒体，网络媒体对传统媒体的冲击是本文主要的研究对象。

1.3 新媒体受欢迎的原因

新媒体是生产力发展到一定阶段的产物，是人们物质文化需求的衍生。随着工作和生活节奏的加快，人们已很难拥有连贯的休闲时间，娱乐活动只能见缝插针，新媒体的产生满足了人们零散的休闲娱乐时间碎片，让人们在繁忙之余得以放松。作为第三代媒体，互联网帮助公众实现了传播诉求的个性表达和互动交流。网络电视、手机、APP等工具让公众在成为接收者的同时也变成了参与者。新媒体在种类和内容形式上更加丰富多变、

个性化明显，人们在使用新媒体时可以带有更多目的性和选择性。简单来说，新媒体同时兼备即时性与交互性、海量性与共享性、个性化与社群化。

2. 传统媒体的自身缺陷

在传统主流媒体中，电视、广播、报纸一直以来以三足鼎立的态势呈现在我们眼前，它们在各自的领域都取得了不俗的成绩，但也或多或少地存在一些问题，如只能单向传播，不能接收意见反馈，受版面大小限制，播放时间固定缺少变通等。在新媒体面前，这些缺陷都被逐渐放大。

2.1 报纸

报纸是文字和图片的载体，它将新闻信息以文字和图片的形式向外传递，其缺点主要表现为：一是无论被报道的新闻事件复杂程度如何，记者只能以文字配以图片的形式来描述，记者写作功底的好坏直接影响新闻的传播价值。记者作为社会公众的一分子，在报道新闻时，难免将个人感情掺杂其中，影响报道的公正性。二是受版面限制严重，作为纸质载体，报纸的版面使用有严格限制，不能给所有新闻信息提供大量篇幅，记者在报道时只能截取少量的、新闻价值高的信息，很难满足不同层次读者的需求。三是新闻延时严重。快、更快、最快是新闻人一直在追赶的目标，报刊受出版时间限制，无法及时报道新闻消息，造成新闻延误，影响新闻价值。四是地域限制严重。报纸通常以报道地方新闻为主，发行范围仅局限在当地，传播范围相对狭窄。五是不易保存。占空间大，易受潮霉变，不方便查找是纸质文献最大的缺点，报纸也同样不能免俗。

2.2 广播

广播是以声音为新闻载体，以无线电的形式进行传播。声音传播快，同样消失也快，难易给人留下深刻印象，更不方便查找。在广播过程中，听者被动接受语言描述缺少直观性，难易真实还原新闻现场，易造成理解差异。公众在收听节目时，只能遵循播放顺序，不能自主选择。无线传播信号易受外界干扰，雷雨天气、建筑物遮挡、电池波等因素都会影响收听效果。

2.3 电视

与报纸和广播相比，电视具有较大优势，声画组合的实现帮其笼络了大量观众。但与网络媒体比较之下还是相形见绌。与单一以声音和图像为表现形式的电视节目相比较，网络媒体可以有效地将声音、视频、图片、文字、动画等多种形式集中体现，使观众印象更深刻。与广播播出相似，电视节目播出的时间、顺序和内容也有严格限制，不能随意更改、选播和回放。观众在观看电视节目时只能被动接受，没有发表个人意见和见解的渠道。

3. 以网络媒体为代表的新媒体给传统媒体带来的冲击

3.1 给传统媒体造成巨大压力

随着科技的进步，智能手机、4G 网络将我到带到了一个全新的世界，在这个世界中，传统媒体已无法满足公众的探索欲望。当下，最便宜、简单的国产手机也都具备上网、阅读、APP 登入、新闻检索等功能，成为信息接收的终端。网络直播、微信互动、论坛等传播手段已成为我们日常生活的构成。这些新功能的出现迎合了当代人们的猎奇心理，拓宽了公众获取信息的渠道。比较之下，传统媒体相形见绌。虽然很多媒体人已经意识到这一问题并开始积极求变，但还远远不够，没能追赶上网络媒体的步伐。

3.2 传统媒体观众数量下降明显

人们普遍对新兴事物更感兴趣，尤其是青少年群体。精力旺盛、活泼好动的他们喜欢追求新鲜刺激，无时无刻不渴望获取更多更新的信息，热衷关注社会变化。青少年群体是网络的最大拥护者，相较传统媒体，网络媒体更能吸引他们的注意力。对媒体而言，公众数量是固定的，当大批青少年转向网络时，传统媒体的受众人数就会大量下降，随着新媒体的快速发展，这种流失几乎是不可逆转的。

3.3 广告市场被瓜分

“点击率”对我们而言并不陌生，它真实记录了社会公众对网络媒体的使用频率。面对居高不下的点击率，企业为实现自身价值难免被其诱惑，这是对企业营销心理的考验，也是当代企业营销理念的转变。很多大品牌企业纷纷转战网络市场，不断缩减对电视的广告投入。网络媒体的广告播出，通常在节目开始之前，而且观众可以通过购买会员缩短广告播出时间，具有较高选择空间。

3.4 对投资商吸引力下降

由于传统媒体大都在体制范围内，受诸多限制影响。在新媒体出现前，投资商投资渠道单一，没有其他选择空间。新媒体出现后，立马吸引了广大投资商的注意，优酷网、土豆网等均获得了巨额投资。网络媒体在传播和营销上都有较高的市场价值，更易受到投资商青睐。

3.5 转型压力巨大

简单化、透明化是网络媒体的发展趋势，可以吸引更多公众参与。浏览器、QQ 号、空间等都是简单易行的软件，可以随时随地用手机登入。面对不断简单化的强大功能，公众越来越难割舍，传统媒体只能疲于应对，这也为传统媒体的转型之路增添了阻碍。

4. 如何应对新媒体的冲击

真实、客观、具有公信力是传统媒体长期处于垄断地位的法宝，它能够正确引领舆论导向，这是媒体人对社会公众的责任。带有政治色彩的节目通常在传统媒体播出，这也表明了传统媒体在我国的政治地位。

4.1 保留、发扬传统

在我们享受网络媒体带来的方便之余，也不能忽视传统媒体的优点。传统媒体形成时间长，专业队伍素质

过硬，时间积累起来的品牌号召力和影响力不可小觑，丰富的制作应验是网络媒体无法比拟的。受自身约束影响，传统媒体具有较强的公信力，能在来源不明、良莠不齐的新闻信息中捕捉到闪光点，去其糟粕、取其精华，保证信息的真实性和健康性。在我们使用网络浏览信息时，很多内容无法辨别真伪，这时就需要权威媒介的引领，帮我们留真去伪、明辨是非。虽然网络媒介在功能检索、互动方面占据主要优势，但传统媒介也不要轻易否定自己，要在保留传统的基础上学习新型技术，帮助自身发展。

4.2 与新媒介相融合

网络媒体是媒体发展的第三代，它从传统媒体中吸取经验，用现代科技引领行业变革。传统媒体也可向其学习，不断摸索转型，将自己的播放内容借助多种传播渠道进行传播，如网络电视、网络广播、网络报纸等。目前，多数传统媒体已经设立了自己的网站，创建了公众沟通平台，对传播方式进行了细分。在网络媒体的压力下，电子书悄然兴起，扭转了以往纸质资料检索困难、浪费空间、不易保存的局面。这些都是传统媒体与新媒体的融合，改变从一点一滴开始。

4.3 以网络媒体为主导

简单来说，媒体融合就是将传统媒体与网络媒体的优点结合起来，推出一种全新的形式，为公众提供完善的信息。在这个平台上，传统媒体的资源优势和公信力要与网络媒体的技术性和吸引力全面结合，融会贯通。任何一种改变都不会轻易成功，就像每一种新药的问世都要经过数年的研发和临床试验一样，都要有所牺牲，媒体融合同样如此。传统媒体通常机构臃肿，工作能力和工作责任心不足，固守陈旧，创新不够。要想实现完美融合，就要有所牺牲，以网络媒体为主导，发挥其观念新颖、机构灵活、技术性强的特点。

4.4 尊重个性、突出个性

在科学技术快速发展的今天，技术难题已不再是限制媒体发展的主要因素，内容选择才是关键。技术可以学习，但有价值的内容很难被发现。传统媒体想要与新媒体一较高下，就必须扬长避短，用内容抢占先机。快，是网络媒体的主要优势，传统媒体不易挑战，但可以从深度入手，挖掘报道内容的内在价值。网络媒体运用技术手段缩短了与公众间的距离，实现了零距离交流，为弥补不足，传统媒体可以以官方为背景，对网络播报内容进行权威发声，引导公众舆论。传统媒体还可以用精简信息应对网络媒体强大检索功能的挑战。

4.5 有效利用信息资源

与网络媒体相比，传统媒体在资金、公信度和人脉上都更有优势，在节目制作时，可以充分发挥这些优势。与新媒体的融合要保持理性，不可盲目。对强势技术，如数字资源等要合理利用并进行深度研发。这是参与市场竞争的基础，也是有效开拓新市场的必要手段。

4.6 坚信品牌影响力

传统媒体的改革势在必行，要时刻关注市场竞争。传统媒体在巩固固有品牌的基础上，还要寻求突破，打造强势品牌，品牌是企业参与市场竞争的核心。仔细分析与其他媒体间的差异，需找符合自身特点的市场目标，保持一定数量的目标公众，用品牌使自己在市场竞争中保持不败之地。

结语

综上所述，传统媒体和新媒体都有明显的自身优势，也都存在无法忽视的缺陷，两者应和谐共生、相互融合。网络媒体的出现来势汹汹，给我们的生活带来了翻天覆地的变化，让传统媒体倍感压力。转变角度，压力也是动力，传统媒体的发展在多年前便已遭遇瓶颈，是积极转型应对挑战还在激烈的市场竞争中退出历史舞台，这是传统媒体面临的窘境。同时，网络媒体的发展良莠不齐，约束力的缺乏让虚假信息漫天飞舞。笔者认为，只有将传统媒体和网络媒体二者充分融合，扬长避短，才能顺应市场需求，打造出和谐美好的长远发展道路。媒

参考文献

[1] 张薇 . 新媒体对传统媒体内容生产流程的冲击——以短视频为例 [J]. 传媒论坛，2018，1（8）：19，22.
[2] 朱惠若 . 试论新媒体舆论监督对传统媒体的冲击——以网络媒体为例 [J]. 新闻研究导刊，2017，8（9）：183.
[3] 郜鑫 . 新媒体对我国传统媒体的影响及对策研究 [D]. 洛阳：河南科技大学，2014.
[4] 王冲 . 中美新媒体外交比较研究 [D]. 武汉：武汉大学，2014.
[5] 周裔，陈芸 . 网络媒体对传统媒体的冲击——以微博为例 [J]. 新闻前哨，2012（12）：94−95.
[6] 戚淑军 . 互联网背景下传统媒体生存与发展问题研究 [D]. 济南：山东大学，2012.
[7] 徐冉 . 价值的进化：新媒体冲击下传统纸媒的转型 [D]. 合肥：安徽大学，2012.
[8] 黄瑞艳媚（Huynh Thoai Diem My）. 新媒体环境下传统报纸的生存困境和应对策略 [D]. 广州：华南理工大学，2011.
[9] 陈玲 . 新媒体环境下电视生存的困境与出路 [D]. 长春：吉林大学，2011.
[10] 杨柳 . 新媒体对传统媒体的冲击——以网络媒体为例说明 [J]. 文学界（理论版），2010（8）：296−297.

（作者单位：西藏自治区党委网信办）